

Évaluation de la campagne de prévention «Hein?» 2017

HEIN?!

**PUBLICS DES SALLES DE MUSIQUES ACTUELLES :
PROFILS ET RAPPORTS AUX RISQUES AUDITIFS**





Introduction	3
Contexte.....	3
Méthodologie.....	3
PARTIE 1 : Profils et habitudes culturelles	4
I - Un Profil type : femme/homme de 36 ans, vivant en ville, employé.e ou cadre.....	4
II - Une diversité de goûts musicaux et la prégnance du rock.....	6
III - Des fréquences de sorties élevées.....	9
PARTIE 2 : Rapports aux risques auditifs	11
I - Des troubles auditifs courants.....	11
II - Des habitudes de protection en hausse.....	13
III - Une campagne de prévention des risques jugée efficace.....	15
IV - Connaissance et perception des risques auditifs : des améliorations possibles.....	17
Conclusion	19

Présentation d'AGI-SON

AGI-SON (AGIr pour une bonne gestion SONore) est une association créée par des professionnels de la musique souhaitant défendre l'écoute, la création et la pratique des musiques amplifiées dans le respect des réglementations en vigueur. Elle a vu le jour en l'an 2000.

L'association fédère aujourd'hui plus de 50 organisations nationales et régionales : syndicats, organismes de formation, fédérations et festivals qui représentent la majorité des professionnels du secteur du spectacle vivant musical. Ensemble elles œuvrent à une gestion sonore maîtrisée conciliant plaisir d'écoute, maintien de bonnes conditions d'exercice de la musique et préservation de la santé publique.

AGI-SON est un espace de concertation et un moteur de la promotion d'une bonne qualité sonore.

La campagne de prévention "HEIN?" est soutenue par :



Introduction

Contexte

Dans le cadre du "Mois de la Gestion Sonore" qui se déroule chaque année en novembre, AGI-SON coordonne la campagne de prévention des risques auditifs intitulée "HEIN?". Cette campagne promeut la **sensibilisation et l'information quant aux risques auditifs** et aux moyens de s'en prémunir. De nombreuses salles en France participent à cette campagne et bénéficient d'outils de communication (affiches, tracts et bouchons d'oreilles).

Afin d'évaluer cette campagne et d'approfondir la connaissance des publics des salles de musiques actuelles¹ en France, notamment leurs rapports aux risques auditifs une étude nationale est coordonnée par AGI-SON, et réalisée par SoCo Etudes². Cette étude repose sur la diffusion d'un questionnaire en ligne, en collaboration avec les salles adhérentes de la Fédélima³ et les relais régionaux d'AGI-SON.

Les objectifs de l'étude sont multiples :

- ◆ évaluer l'**impact de la campagne** de prévention auprès du public,
- ◆ connaître les **pratiques** du public en matière **d'écoute** musicale et **de sorties**,
- ◆ sonder les comportements de **protection face aux risques** auditifs,
- ◆ **adapter** la campagne de prévention aux réalités de terrain,
- ◆ présenter l'évaluation auprès des **partenaires publics et privés** en santé et culture.

Méthodologie

Cette étude porte sur les spectateurs qui fréquentent les salles de musiques actuelles de moyenne jauge en France (250 à 900 places). **Au total 959 personnes ont répondu à l'enquête entre novembre 2017 et mars 2018**. Les personnes ont été abordées directement en concert au cours de cette période, afin de transmettre leur mail pour répondre à une enquête en ligne. Cette récolte des adresses mails a été effectuée par les salariés et bénévoles des salles partenaires (listées en fin de document).

La base de données sur laquelle est fondée l'analyse respecte le principe de **diversification des données**, par la multiplicité des styles musicaux et des territoires étudiés, et assure la **représentativité** des résultats, atteinte grâce à la pondération des variables socio-démographiques. L'échantillon à partir duquel nous avons travaillé présente une structure, une taille et une précision⁴ satisfaisantes pour en dégager des analyses. De la sorte, les résultats présentés sont représentatifs d'une partie des français fréquentant les salles de concerts de moyenne jauge (notamment les SMAC⁵).

¹ Les musiques actuelles désignent tous les styles musicaux en dehors de la musique classique/opéra (rock, jazz, hip-hop, chanson, etc.)

² Cabinet d'études spécialisé dans le secteur musical www.soco-etudes.com

³ Fédération des lieux de musiques actuelles.

⁴ Taux de remplissage global : 92% et 96% d'observations bien documentées

⁵ Scènes de musiques actuelles (label d'Etat).

PARTIE 1 : Profils et habitudes culturelles

I - Un profil type : femme/homme de 36 ans, vivant en ville, employé.e ou cadre

Une représentation femmes/hommes équilibrée

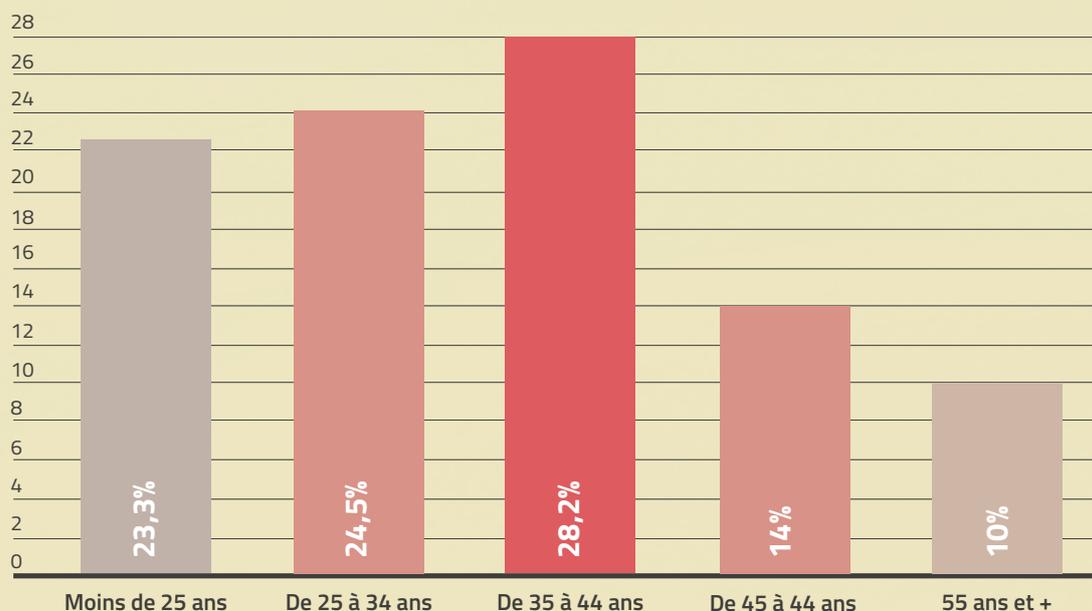
Parmi les répondants on compte **51,5% de femmes et 48,5% d'hommes**, ce qui constitue un bon équilibre paritaire. La légère surreprésentation de femmes ayant répondu au questionnaire, peut révéler une tendance à la féminisation des publics des musiques actuelles, qui serait à vérifier avec les données nationales de billetterie dorénavant récoltées par le Ministère de la Culture. Cela ferait écho au taux de fréquentation plus élevé des femmes des différents équipements culturels⁶. Mais cela peut aussi simplement s'expliquer par la plus grande inclination générale des femmes à répondre aux enquêtes.

Dans les résultats de l'étude ici présentée, **la variable de genre est pondérée** à partir des données INSEE de répartition de la population femmes/hommes, qui sont d'ailleurs relativement proches : on compte en France 51,8% de femmes pour 48,2% d'hommes.

Un âge moyen de 36 ans

Les âges des spectateurs s'échelonnent de **15 à 71 ans**. Et près de la **moitié des spectateurs a moins de 35 ans** (47,8%). La classe d'âge des 35-44 ans est la plus importante et concentre 28,2% du public. Les classes d'âges se répartissent comme suit :

Répartition des âges



⁶ Margaret MARUANI, "Femmes, genre et sociétés, l'état des savoirs", 2005, La Découverte.

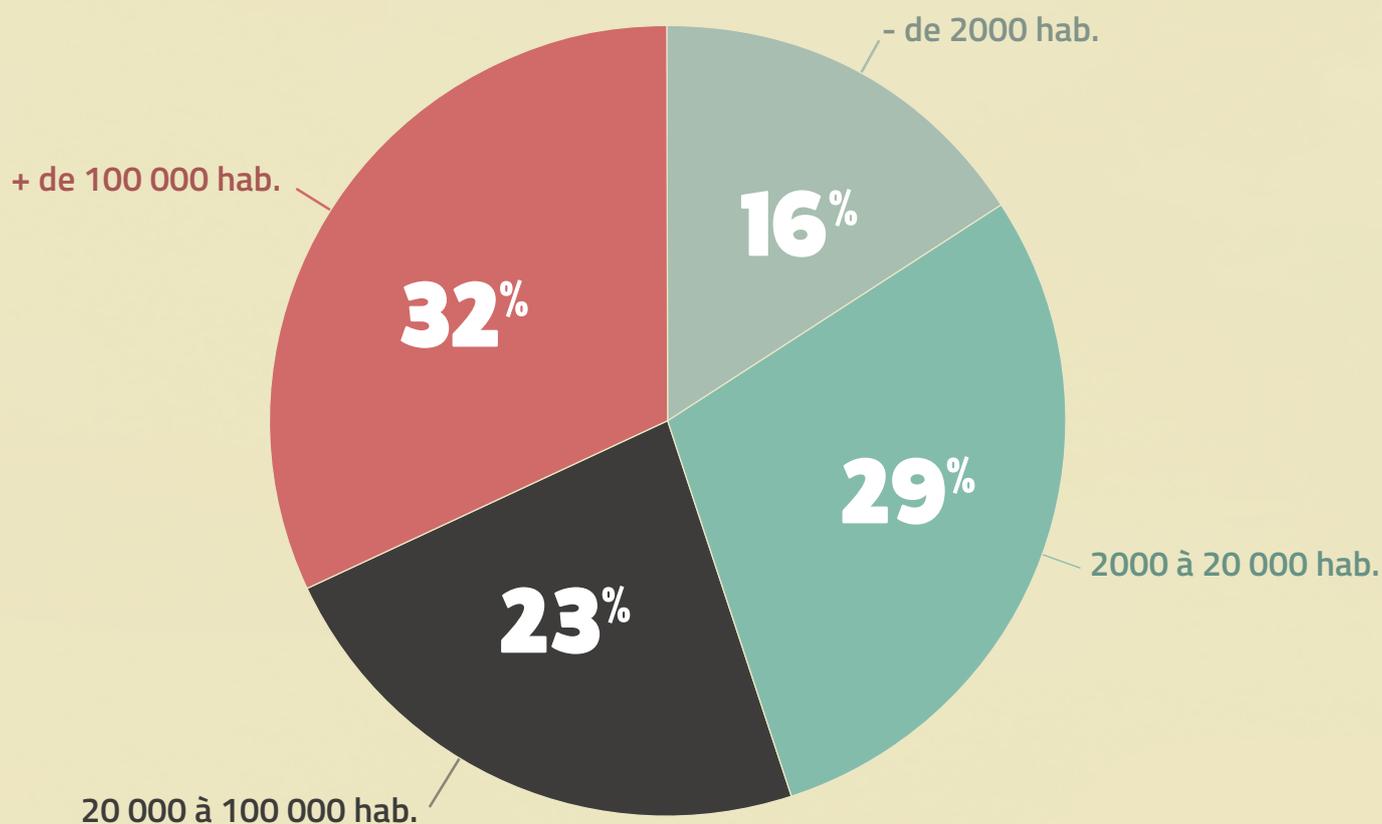


La **moyenne d'âge** des publics des salles de musiques actuelles est de **36 ans**. Cet âge moyen est **plus élevé** que celui des publics des **festivals** de musiques actuelles, s'établissant autour de 29 ans⁷, en revanche il est bien plus bas que celui des publics d'orchestre par exemple, qui s'élève à 54 ans⁸.

1 spectateur sur 3 vit dans une commune de plus de 100 000 habitants

Près d'un spectateur sur trois (32%) réside dans une des 39 communes françaises de plus de 100 000 habitants, quand c'est le cas de 15% de la population française. 23% vivent dans des communes de taille moyenne (20 000 à 99 000 habitants), donc au total 55% du public vit en ville.

Taille des communes des spectateurs



Cependant, 45% des spectateurs vivent dans des communes de moins de 20 000 habitants, qui se répartissent entre hameaux et villages (16%) ; bourgs et petites villes (29%).

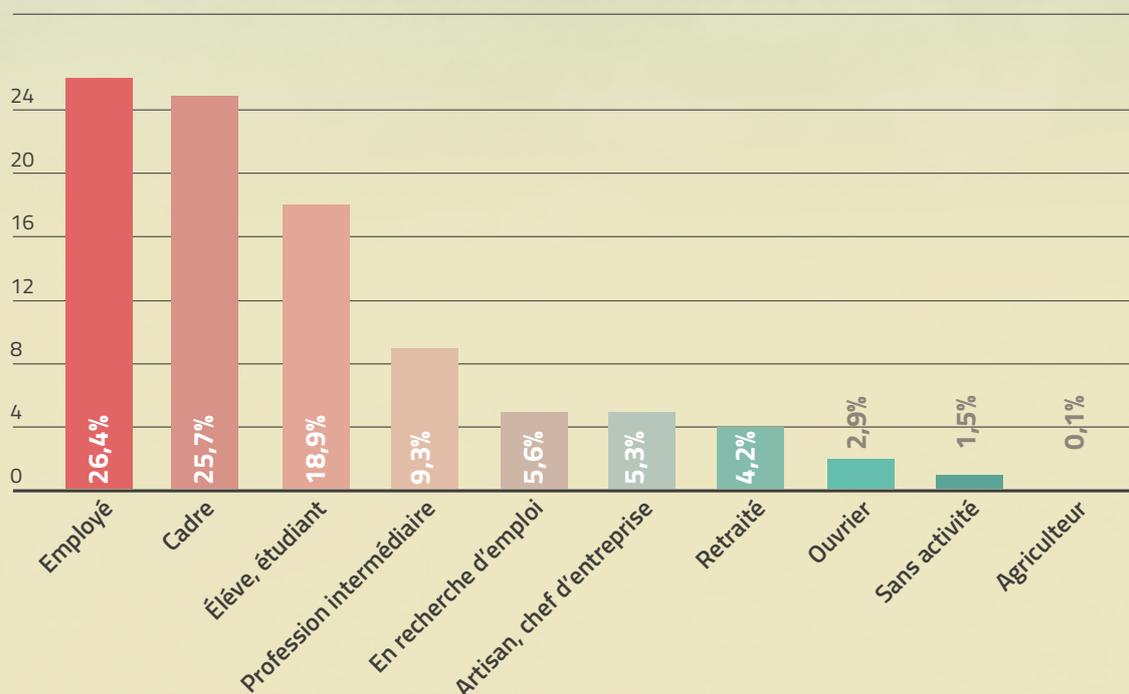
⁷ Emmanuel Négrier, Aurélien Djakouane, "Les Publics des Eurockéennes de Belfort", 2014. Hannecart Claire, "Festivals de musiques en Pays de la Loire : publics et économie", Le Pôle, 2016.

⁸ "Les publics de l'orchestre. Enquête nationale", Association française des orchestres, 2014.

Des employés et des cadres en majorité

Les deux catégories socio-professionnelles les plus représentées parmi les publics des salles de musiques actuelles sont les **employés**⁹ et les **cadres et professions intellectuelles supérieures**¹⁰ qui représentent à elles deux, plus de la moitié du public (52,1%).

Répartition des activités socio-professionnelles des publics



Après les employés et les cadres, la catégorie la plus représentée au sein des salles de concerts est celle des **élèves et étudiants** qui représentent **18,9%** du public, corrélativement aux tranches d'âges des spectateurs, mais comparativement on compte seulement **11%** d'élèves et étudiants **dans la population française**. En revanche on note que les ouvriers ne représentent que **2,9%** des publics étudiés.

II - Une diversité de goûts musicaux et la prégnance du Rock

Les styles musicaux appréciés témoignent à la fois d'un **éclatisme des goûts** et d'une prégnance du Rock. En effet, les spectateurs interrogés choisissent en majorité le maximum de styles musicaux qu'ils pouvaient cocher (soit 5) parmi les 12 proposés.

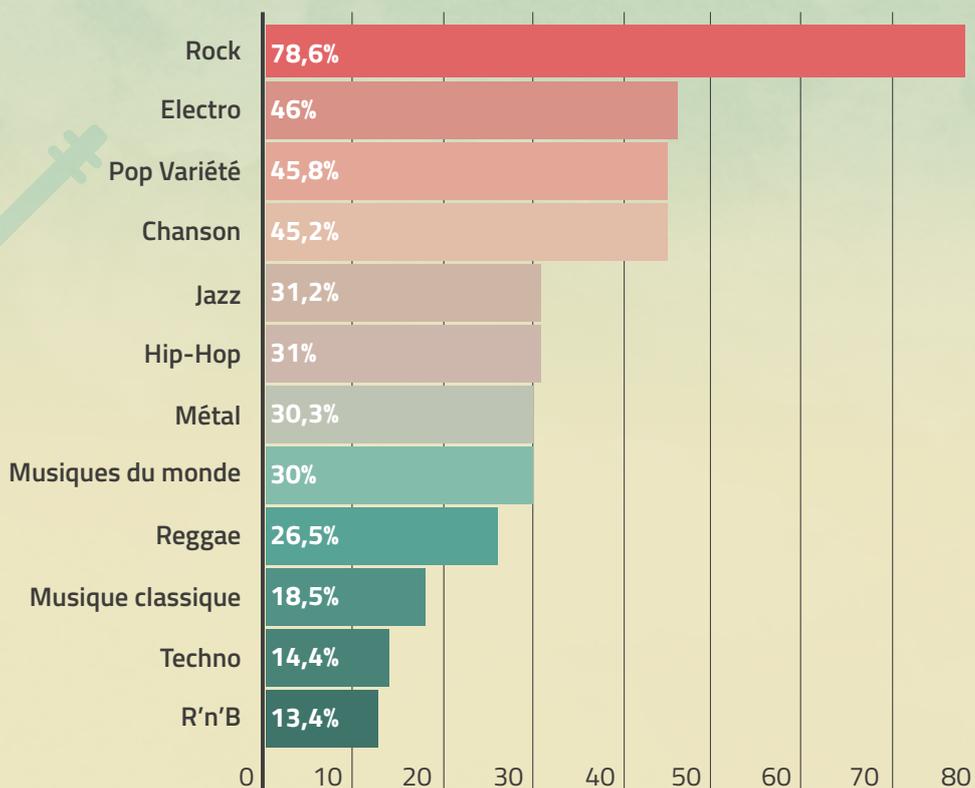
Le Rock est le style le plus largement cité par les spectateurs interrogés mais c'est aussi un des styles les plus diffusés dans les salles de moyenne jauge en France, comme en atteste une récente étude de la Fédélima¹¹ : **40,9% des styles joués dans ces salles sont du Rock et de la Pop.**

⁹ Selon l'INSEE, le groupe des "employés" rassemble des professions très variées : secrétaires et agents de bureau, agents hospitaliers, vendeurs, pompiers, policiers, militaires ou gens de maison. L'unité repose plus sur ce qu'ils sont que sur ce qu'ils font.

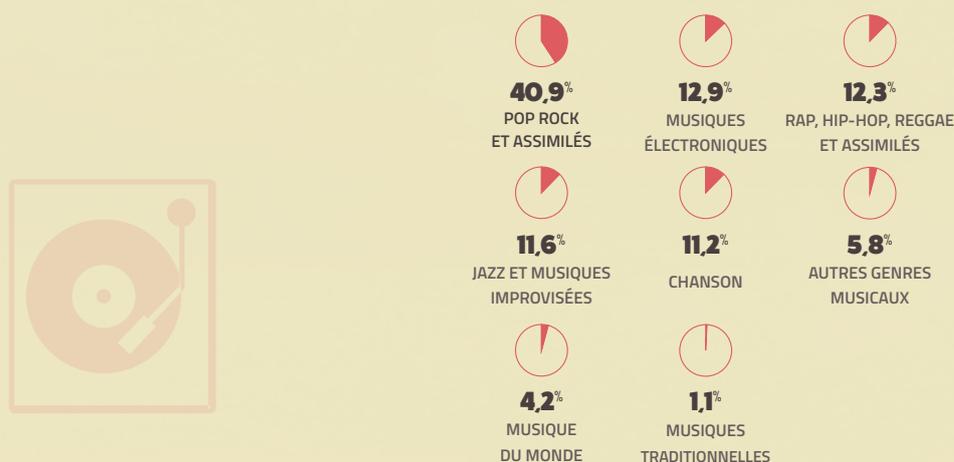
¹⁰ Selon l'INSEE, cette catégorie regroupe : professions scientifiques appliquant des connaissances en sciences exactes ou humaines à des activités de recherche, d'enseignement ou de santé ; professionnels de l'information et des médias ; professionnels des spectacles et des arts ; cadres administratifs et commerciaux d'entreprise ; ingénieurs et cadres techniques.

¹¹ "La diffusion dans les lieux de musiques actuelles", Fédélima, 2015.

Styles musicaux appréciés (choix multiple)



Répartition des 10 526 contrats recensés par esthétiques musicales déclarées



Les lieux de musiques actuelles ont largement été construits autour du Rock, style encore marginalisé et revendicatif au début de leur émergence, et qui a connu un processus d'institutionnalisation et de popularisation, comme la culture Hip-Hop aujourd'hui.

Rock, Jazz, Musiques du monde, Reggae et Classique sont autant appréciés par les femmes que par les hommes

Les styles Chanson et Pop sont plus souvent appréciés par les femmes, quand le Métal et le Hip-Hop le sont plus souvent par les hommes. Et il existe quelques différences concernant l'Électro et la Techno légèrement plus appréciées par les hommes. Les corrélations entre goûts musicaux et genre (femme/homme) sont donc significatives¹² pour 4 des

12 styles musicaux (Chanson, Pop, Métal, Hip-hop). Mais en creux il est aussi intéressant de remarquer qu'il n'existe pas de différence d'appréciation selon le sexe pour le Rock, le Jazz, les Musiques du monde, le Reggae et le Classique : femmes et hommes les apprécient autant.

¹² Test de corrélation statistique du Chi².

Jeunes générations : moins de Rock, autant d'Électro et plus de Hip-Hop que leurs aînés

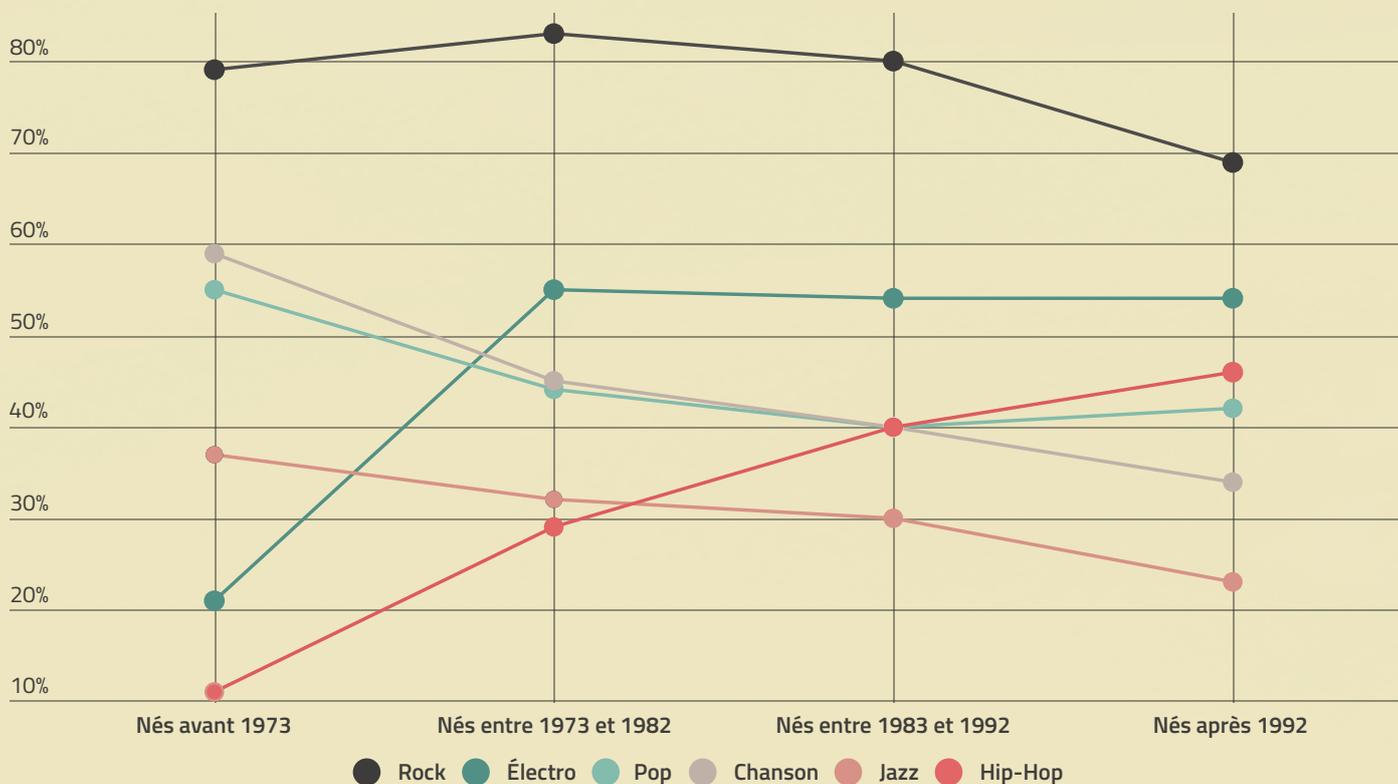
Age moyen selon les styles appréciés

STYLES MUSICAUX	ÂGE MOYEN
Musiques du monde	39 ans
Classique	39 ans
Chanson	39 ans
Jazz	38,5 ans
Pop Variété	37 ans
Rock	36,5 ans
Métal	34 ans
Reggae	34 ans
R'n'B	33 ans
Électro	32,5 ans
Hip-Hop	30,5 ans
Techno	29,5 ans

On note sans étonnement que les Musiques du monde, le Classique, la Chanson ou le Jazz sont en moyenne plus appréciés des publics proches de la quarantaine, quand la Techno et le Hip-Hop et l'Électro concentrent plus de jeunes générations parmi leurs auditeurs. Par ailleurs, le graphique ci-après permet de connaître précisément les taux d'appréciation des 6 styles principaux selon les classes d'âge.

Taux d'appréciation des styles musicaux selon l'âge

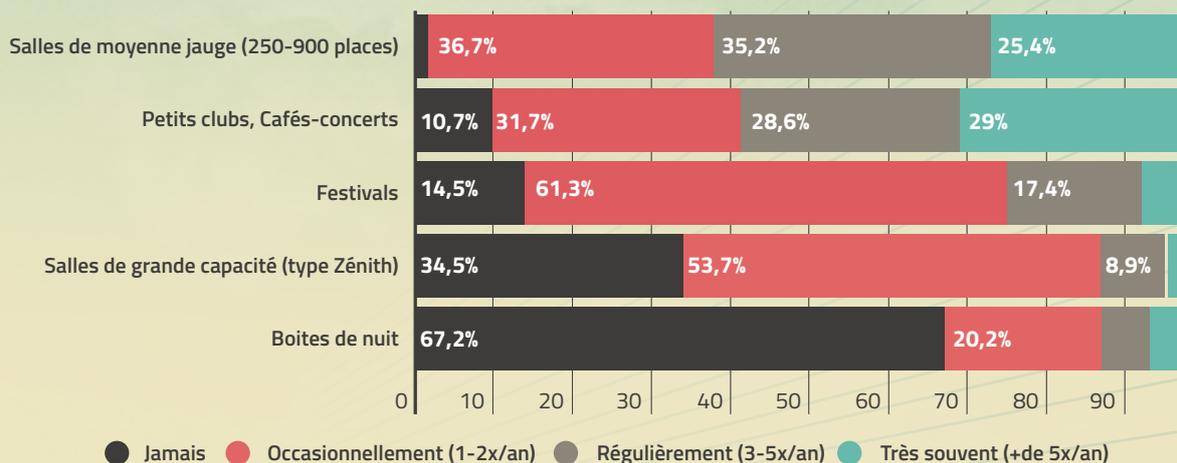
NB : nous avons placé les jeunes générations à droite afin de faciliter une lecture de l'évolution des goûts dans le temps



Nous pouvons constater ici les convergences ou divergences de goûts selon les générations, par exemple les styles Electro et Hip-Hop sont très peu appréciés des plus de 45 ans alors qu'ils arrivent respectivement en 2ème et 3ème position des styles préférés des moins de 25 ans.

III - Des fréquences de sorties élevées

Types de lieux fréquentés

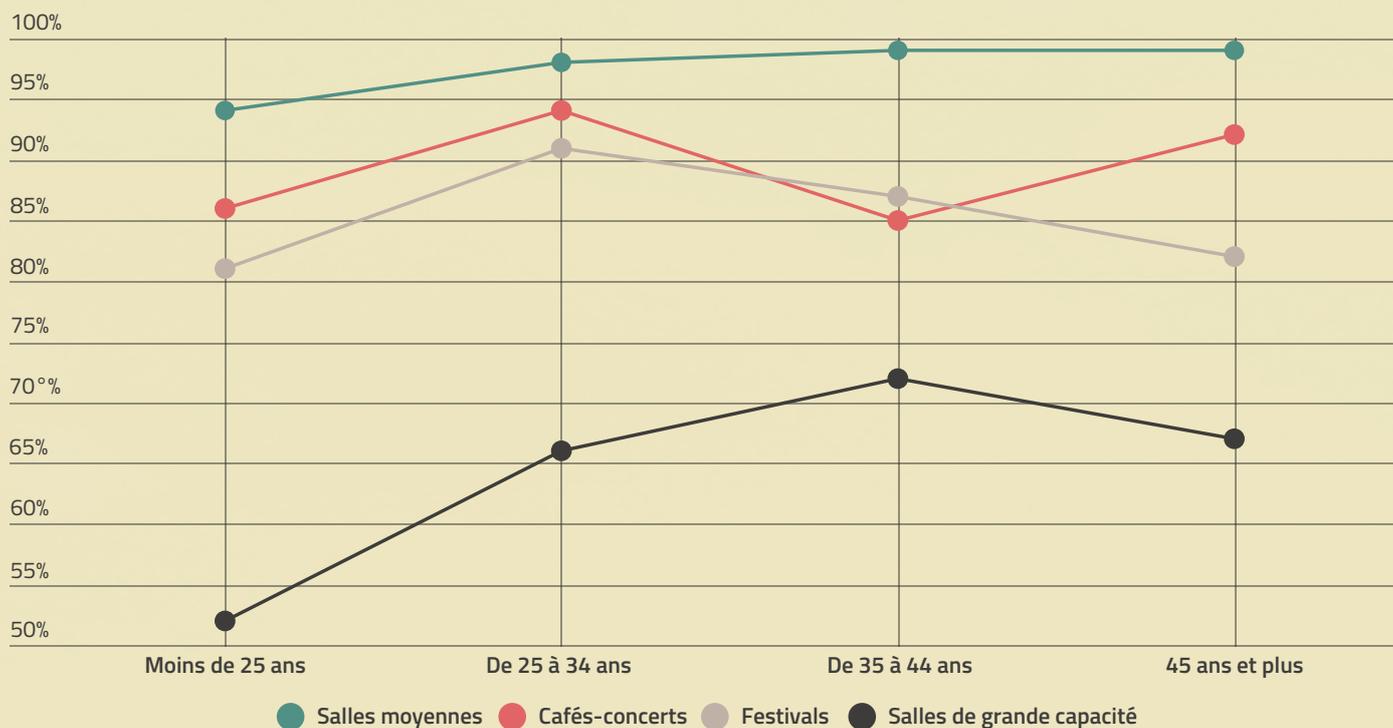


Le taux de fréquentation le plus régulier est sans surprise celui des **salles de moyenne jauge**, puis vient la fréquentation des petits clubs et **cafés-concerts** (89,3%) qui devance légèrement la fréquentation globale des **festivals** qui s'établit à 85,5%, soit légèrement moins que les deux années précédentes (89% en 2017, 87% en 2016)¹³. Près de deux spectateurs sur trois (65,5%), fréquentent également les salles de grande capacité (type Zénith). Enfin 32,8% déclarent fréquenter les boîtes de nuit.

Pas de différence femmes/hommes mais des différences d'âges dans les habitudes de sorties selon les types de lieux

Il n'existe pas de différence femmes/hommes concernant la fréquence de sorties dans les lieux de musiques amplifiées, quel que soit le type de lieux : festival, café-concerts, salle de moyenne et grande capacité, boîte de nuit.

Types de lieux fréquentés selon l'âge

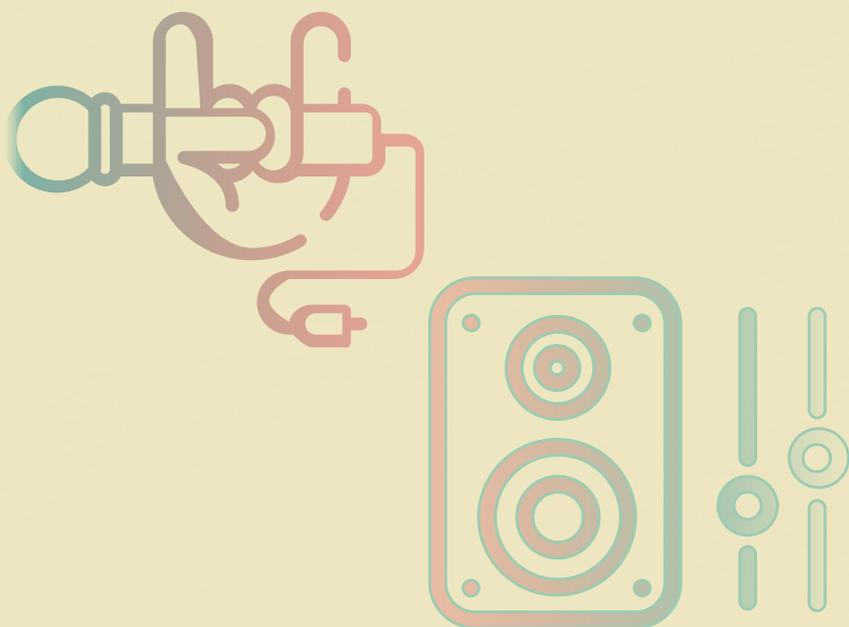


¹³ Voir les précédentes évaluations de la campagne "Hein?" sur le site d'AGI-SON : <http://agi-son.org/expertise-et-concertation/evaluation-de-la-campagne-hein>

La fréquentation des salles de grande capacité passe de 52% pour les moins de 25 ans à 72% pour les 35-44 ans. La fréquentation des festivals connaît un point culminant pour les 25-34 ans avant de diminuer. La fréquentation des cafés-concerts et petits clubs semble être plus faible pour la tranche d'âge des 35-44 ans avant d'augmenter à nouveau, ceci étant possiblement dû à des raisons d'ordre familial. La fréquentation des salles moyennes est élevée pour toutes les tranches d'âge bien que légèrement moins courante chez les plus jeunes.

Les amateurs d'Électro fréquentent intensément les festivals et boîtes de nuit

Dans le public des **festivals**, on trouve tous les amateurs de musiques actuelles mais plus singulièrement encore les amateurs d'**Électro**. Les amateurs de **Métal** sont plus nombreux que la moyenne à fréquenter **les petits lieux** (clubs, cafés-concerts), quand les amateurs de Pop/Variété y sont moins nombreux. Les amateurs de Chanson et R'n'B sont moins nombreux que la moyenne à fréquenter les salles de concerts de moyenne jauge. Enfin, les amateurs de **Techno**, d'**Électro** mais aussi de **Hip-Hop** sont plus nombreux que la moyenne à fréquenter les **boîtes de nuit**.

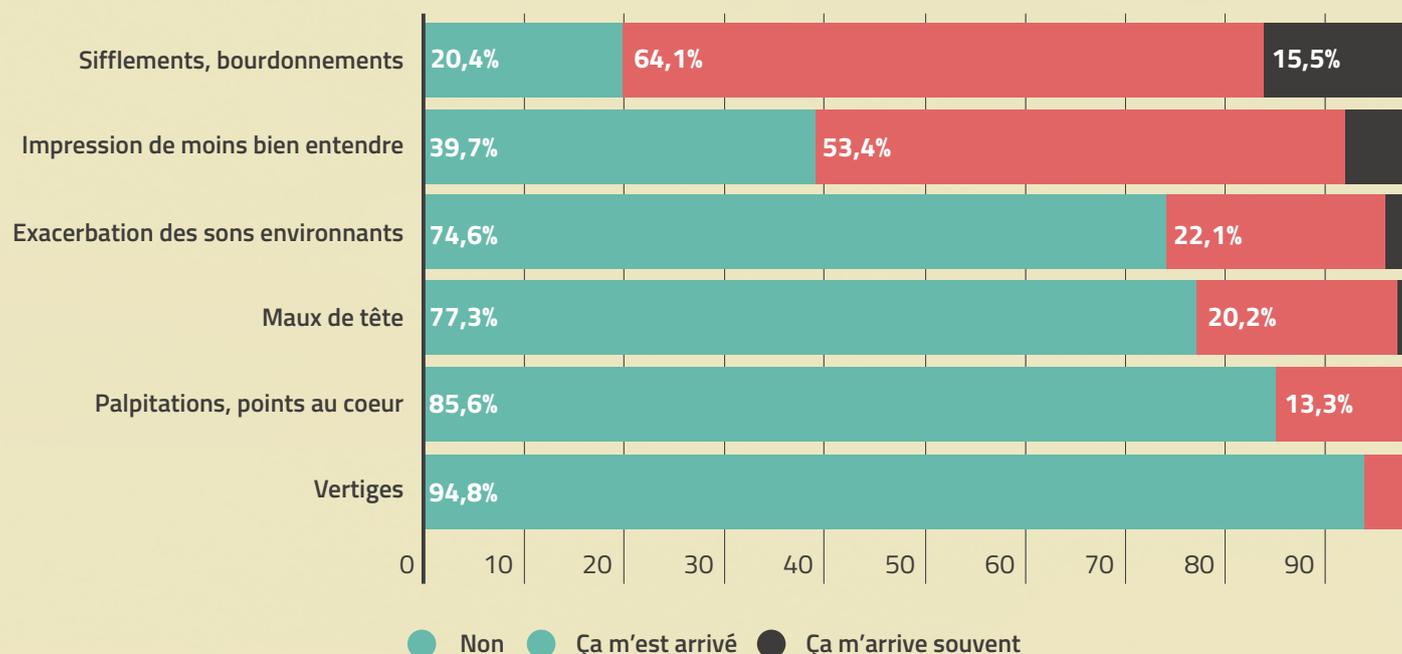


PARTIE 2 : Rapports aux risques auditifs

I - Des troubles auditifs courants

8 spectateurs sur 10 ont déjà eu un acouphène suite à une exposition sonore, ils étaient 68% lors de la précédente enquête¹⁴. Les expériences de troubles auditifs semblent en augmentation, mais la part de spectateurs déclarant des **acouphènes réguliers reste assez stable** (15,5% vs 14%). C'est donc avant tout la part de spectateurs qui en ont eu occasionnellement qui diffère franchement (64,1% en 2018 vs 54% l'année précédente). Ces évolutions sont à vérifier sur plusieurs années.

Expériences de troubles auditifs



Les femmes ont autant de troubles auditifs que les hommes

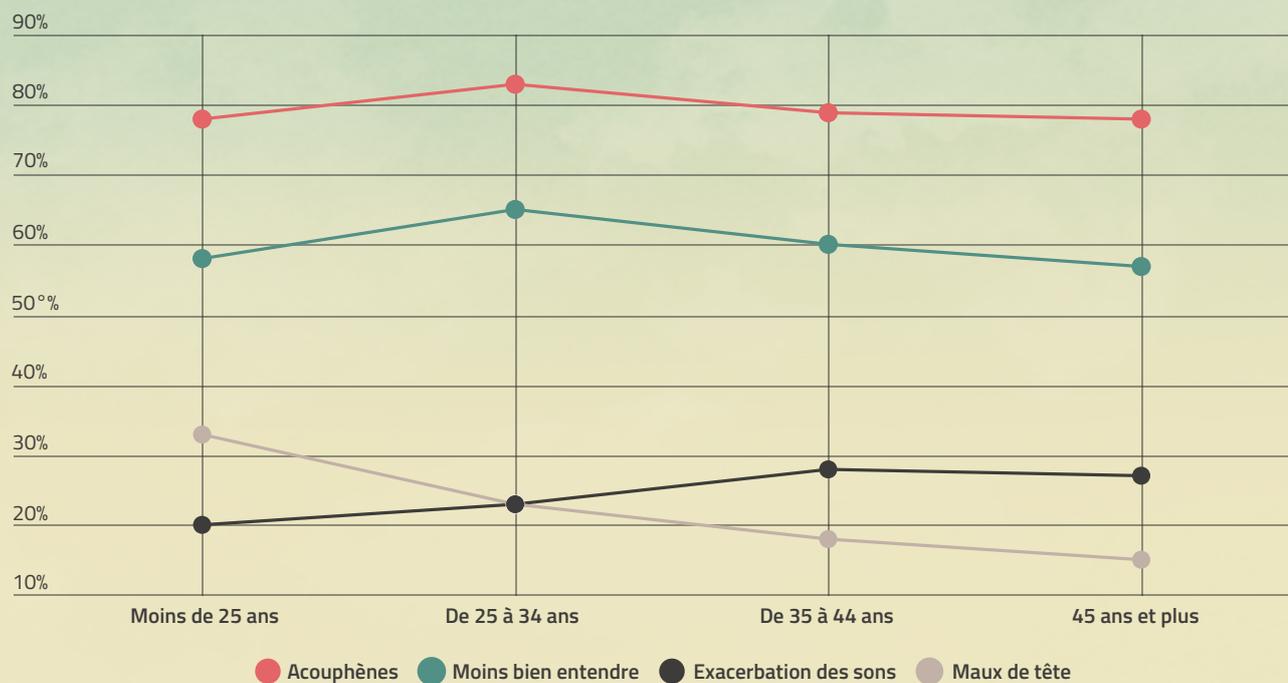
Il n'existe pas de différence entre femmes et hommes concernant les troubles auditifs déjà ressentis (acouphènes, impression de moins bien entendre, etc.), hormis pour les palpitations et points au coeur que les femmes sont proportionnellement plus nombreuses à avoir expérimenté suite à une exposition au son (20% de femmes vs 9% d'hommes).

Les 25-34 ans sont les plus touchés par les troubles auditifs

La tranche d'âge des 25-34 ans est la **plus touchée** par les deux troubles auditifs les plus courants : acouphènes et impressions de moins bien entendre. De par ses habitudes de sorties intenses, elle est aussi la plus exposée aux risques.

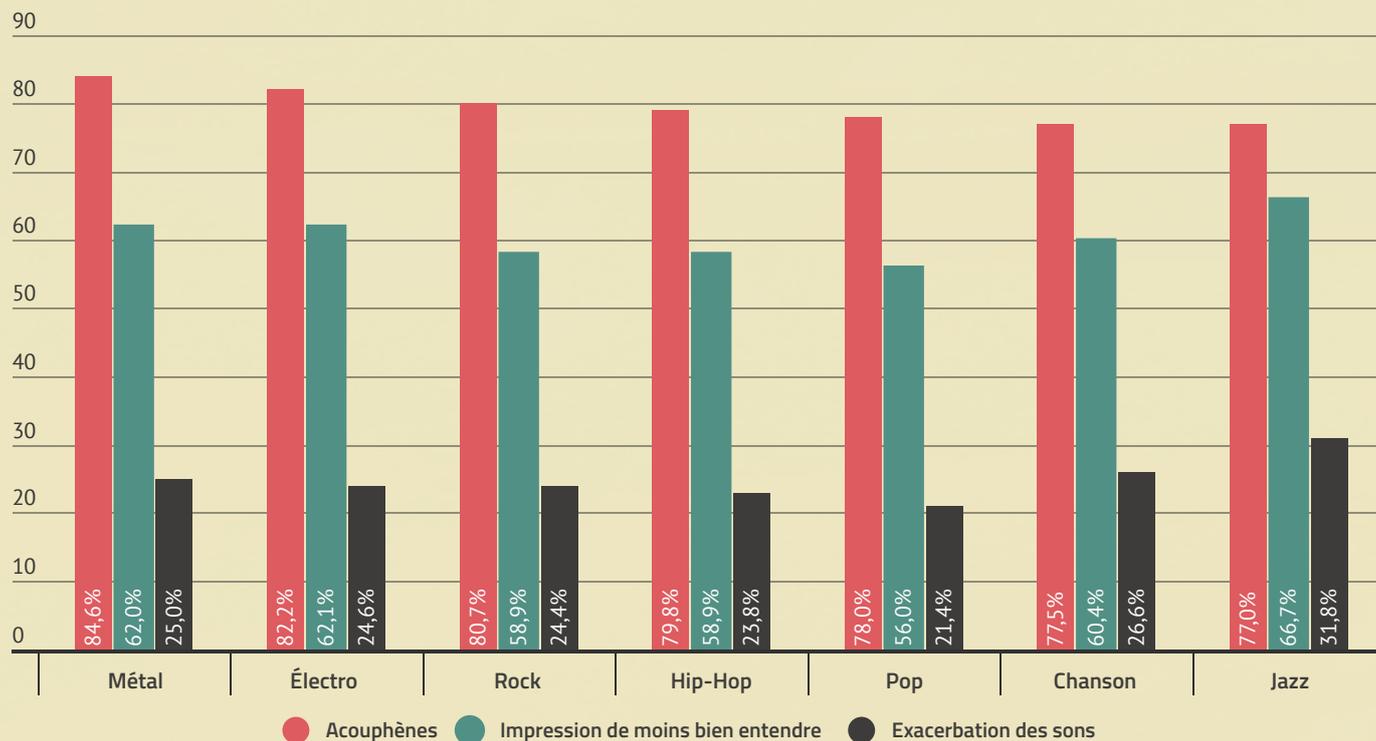
¹⁴ AGI-SON, SoCo Etudes, "Les publics de salles de concerts en France et leurs rapports aux risques auditifs" 2017.

Fréquence de survenue des troubles auditifs liés au son selon l'âge



Le Métal et l'Électro en tête des styles provoquant des troubles auditifs

Types de troubles auditifs déjà ressentis selon les styles écoutés



Parmi les amateurs de Métal, d'Électro et de Rock, plus de 8 personnes sur 10 ont déjà eu un acouphène. En revanche ce sont les amateurs de Jazz en tête, suivis des amateurs de Métal et d'Électro qui rapportent le plus d'impression de moins bien entendre. De la même manière, les sensations

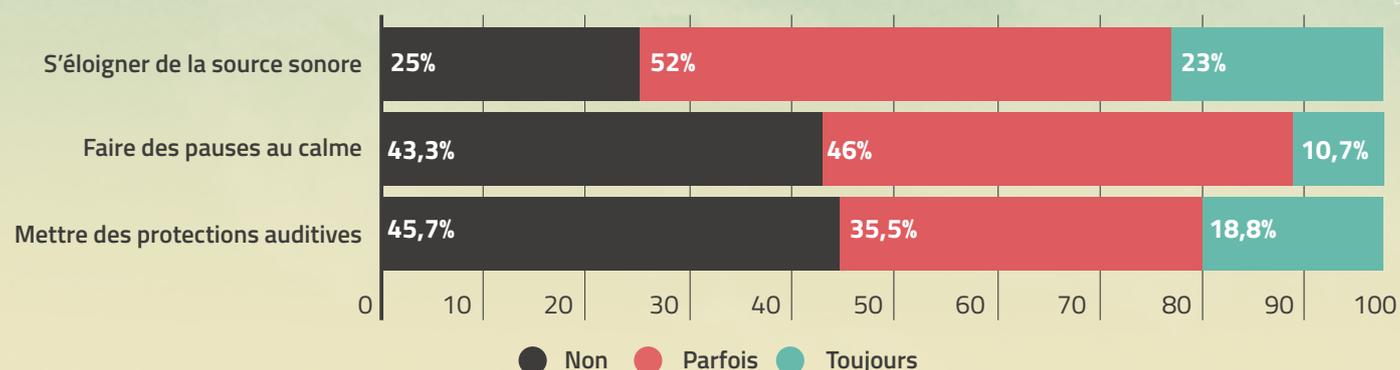
d'exacerbation des sons suite à une exposition sonore, sont plus courantes chez les amateurs de Jazz. La spécificité des sonorités, l'acoustique des petits clubs, ou encore l'âge des auditeurs (légèrement plus âgés que la moyenne¹⁵) peuvent ici entrer en considération.

¹⁵ Cf. Tableau des âges moyens selon les styles appréciés.



II - Des habitudes de protection en hausse

Comportements de protection



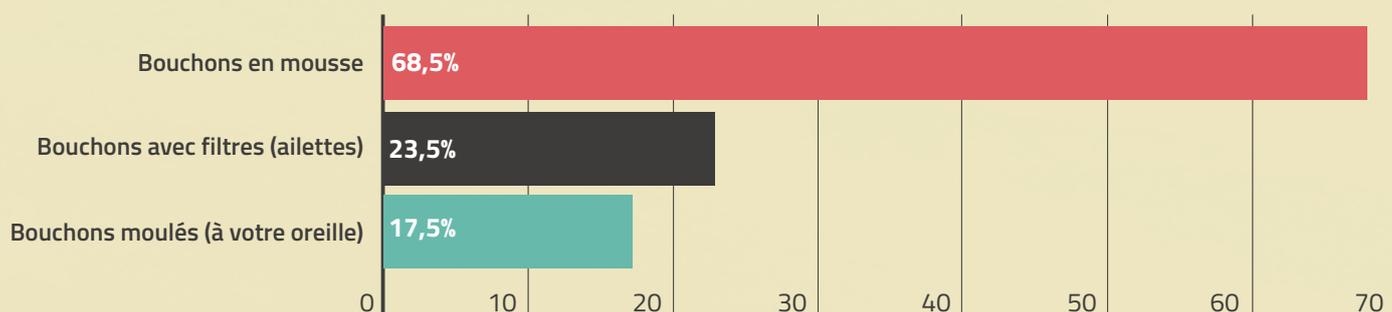
75% des personnes interrogées ont l'habitude de s'éloigner de la source sonore pour protéger leur audition (ils étaient 64% en 2017). 56,7% se protègent de trop longues expositions sonores en faisant des pauses (52% en 2017), et 54,3% portent des protections auditives (51% en 2017) : précisément 35,5% en portent de temps en temps (32% en 2017) et 18,8% en mettent systématiquement.

Ces **chiffres en légère progression** sont encourageants, mais restent à vérifier sur le long terme ; de même, il est utile de rappeler qu'ils concernent des publics habitués aux sorties en concert.

Une légère augmentation de la qualité des protections auditives utilisées

68,5% des utilisateurs de protections auditives utilisent au moins occasionnellement des bouchons en mousse. **Près d'un sur quatre utilise des bouchons à ailettes** (plus qualitatifs dans la restitution du son que les bouchons en mousse), et 17,5% utilisent des bouchons moulés à leur oreille (onéreux mais restituant parfaitement le son).

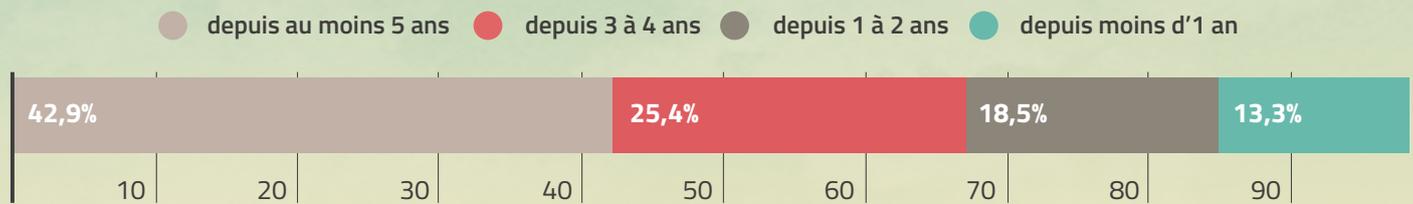
Types de protections auditives utilisées (choix multiple)



En 2017 ils étaient 70%¹⁶, 16% et 14% à utiliser respectivement les bouchons en mousse, bouchons avec filtres et bouchons moulés. On note une certaine **évolution** des pratiques de protection, notamment concernant la **qualité des protections utilisées**. De la même façon, cette tendance est à vérifier dans le temps.

¹⁶ % arrondis dans la précédente édition.

Début du port des protections auditives



Parmi les actuels utilisateurs de protections auditives, 57,1% protègent leur audition depuis moins de 5 ans. Sachant que la moyenne d'âge est de 36 ans, ce ne sont donc pas de tous jeunes adultes qui commencent seulement à fréquenter les lieux de musiques amplifiées et adaptent leur comportement, mais bien des adultes ayant déjà des habitudes de sorties, auxquelles ils ont ajouté des pratiques de protection des risques auditifs.

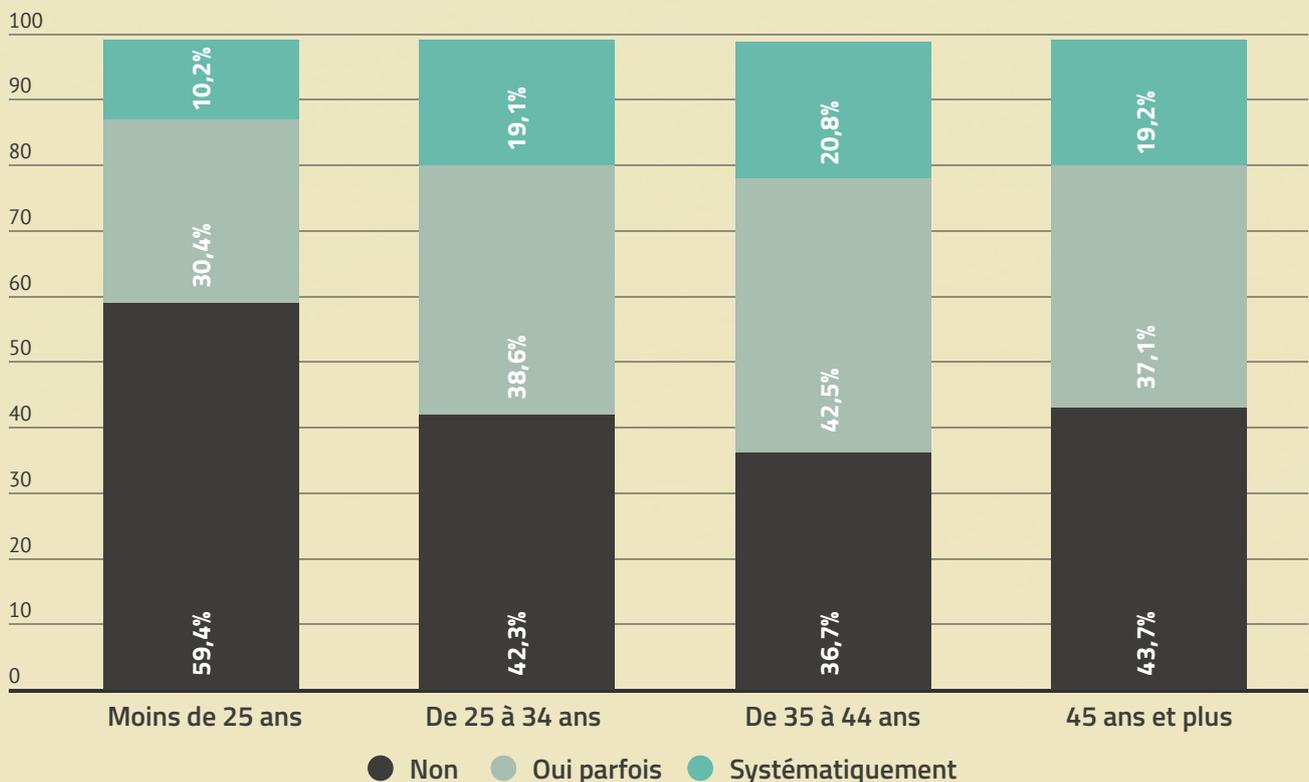
57% ont commencé à protéger leur audition au cours des 4 dernières années

Cette donnée atteste d'une progression des pratiques de protection auditive au cours des dernières années et ainsi de l'efficacité **des actions de prévention des risques auditifs**.

Femmes et hommes se protègent autant les unes que les autres en s'éloignant de la source sonore ou en faisant des pauses. En revanche le port de protections auditives présente une différence genrée : les hommes sont plus nombreux que les femmes à en porter de façon systématique.

Les moins de 25 ans protègent moins leur audition que leurs aînés

Fréquence de protection selon l'âge



Les plus jeunes sont proportionnellement les moins nombreux à se protéger des risques auditifs : 59,4% ne portent jamais de bouchons d'oreille (qu'ils soient en mousse, à ailettes ou moulés).



Comme il est possible que les auditeurs plus âgés se protègent suite à la survenue de premiers troubles et qu'il n'est pas souhaitable que les pratiques de protection se mettent seulement en place suite à cela, il est important de noter que la **sensibilisation aux risques auditifs des plus jeunes reste la clé d'une prévention en santé efficace.**

III - Une campagne de prévention des risques jugée efficace

Des affiches variablement appréciées

27% des spectateurs interrogés déclarent avoir remarqué la dernière affiche de la campagne "Hein ?" (proposée visuellement dans le questionnaire).



Visuel de la campagne depuis 2015

Les affiches des années précédentes ont été plus ou moins remarquées par les spectateurs de concerts, allant de 44,2% à 18,6% de reconnaissance¹⁷

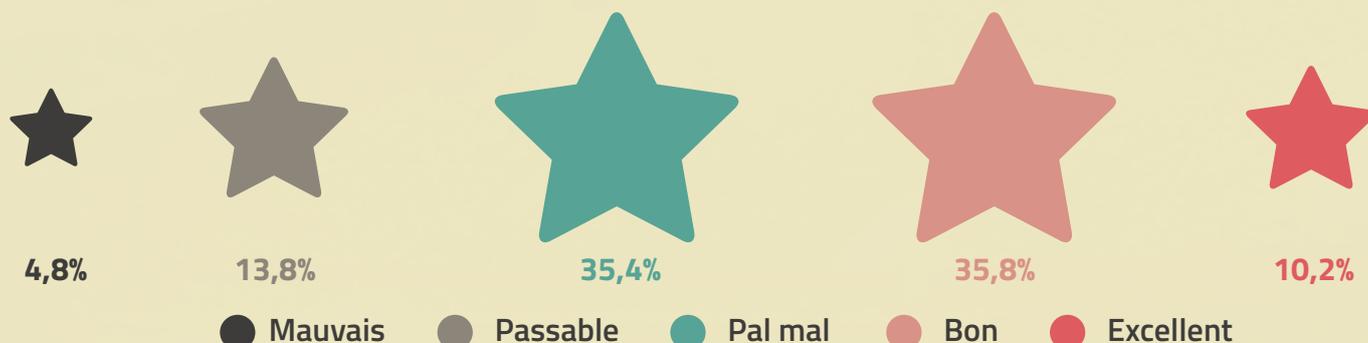
¹⁷ Sachant que seule une moitié des répondants s'est prêtée à ce test visuel.

Visuels des précédentes campagnes



C'est l'affiche la plus singulière en terme de communication (une personne âgée portant des vêtements et ayant une attitude connotée "jeune") qui a très distinctement le plus marqué les esprits.

Note globale attribuée à ces affiches de prévention



Le choix du visuel de la campagne est essentiel et peut avoir un impact important sur la réception positive des messages de prévention.

Des bouchons d'oreille considérés efficaces en matière de prévention

Note attribuée aux bouchons d'oreille en matière de prévention



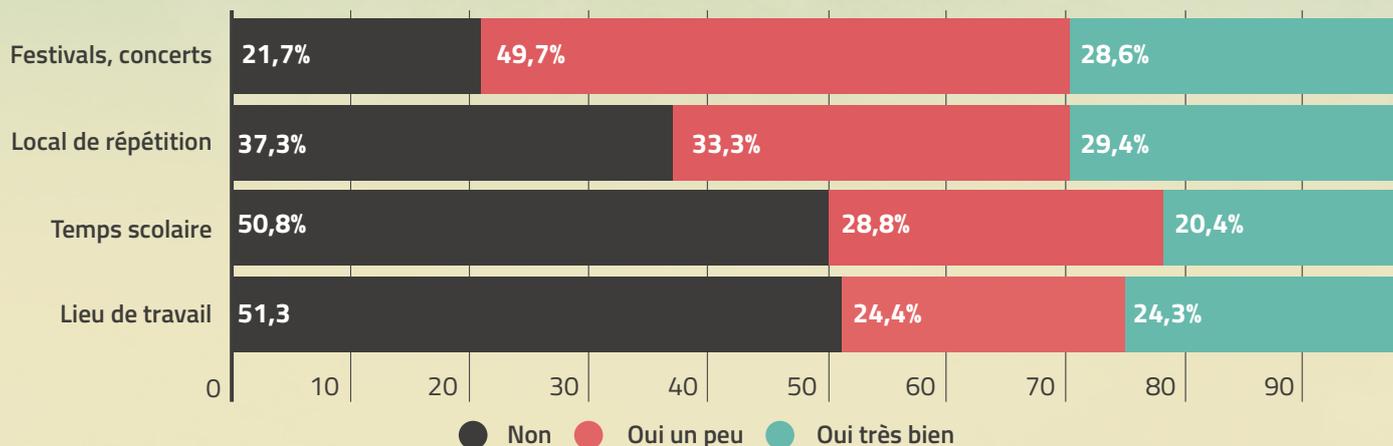
81,7%

du public estime que la distribution de bouchons d'oreille (organisée par AGI-SON dans les salles et festivals partenaires) est une action efficace en termes de prévention des risques auditifs.

IV - Connaissance et perception des risques auditifs : des améliorations possibles

Un bon niveau d'information sur les risques auditifs en concerts et festivals

Niveau d'information quant aux risques auditifs selon les lieux (si concerné)



78,3%

des spectateurs estiment être bien informés quant aux risques auditifs en concerts et festivals.

62,7% des usagers de locaux de répétition également, cela représente tout de même une marge d'amélioration conséquente quant à l'information sur les risques auditifs dans les locaux de répétition.

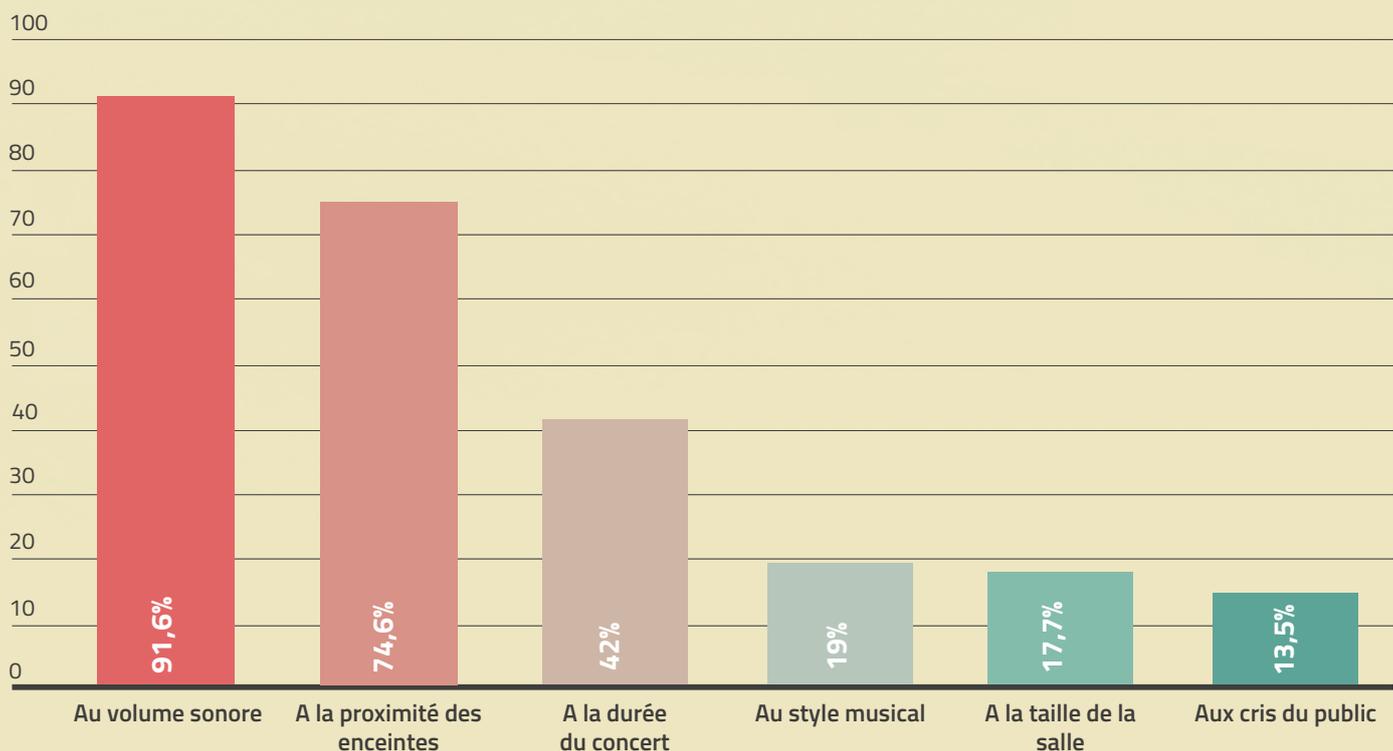
En revanche, comme remarqué lors de l'évaluation précédente, la communication quant aux risques auditifs sur le temps scolaire et les lieux de travail est à renforcer. **Moins d'un élève/étudiant sur deux estime être informé quant aux risques auditifs sur le temps scolaire** (49,2%). Et une proportion similaire de travailleurs (48,7%) estime ne pas être informé sur leur lieu de travail.



Renforcer la communication quant aux risques auditifs sur le temps scolaire et les lieux de travail

Le volume est bien perçu comme potentiellement dangereux, l'exposition prolongée moins

Selon vous, lors d'un concert, les risques auditifs sont surtout liés... (choix multiple)



Les spectateurs identifient très nettement l'importance du volume sonore quant aux risques auditifs (91,6%), de même que 3 spectateurs sur 4 citent la proximité des enceintes comme élément de risque.

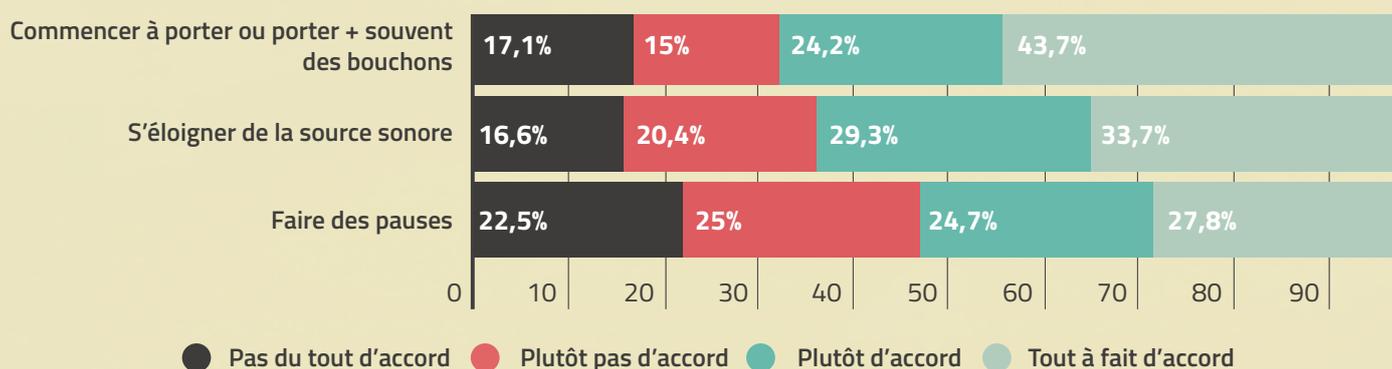
Mais il est important de noter que la durée du concert ne semble productrice de trouble auditif que pour 42% des spectateurs interrogés. Or la **durée d'exposition** au son peut être productrice de troubles auditifs de la même façon que le volume d'écoute.

Renforcer la communication préventive sur les méfaits de la durée d'exposition au son / durée d'écoute ¹⁸



Des intentions de changement affirmées mais quelques réticences à explorer

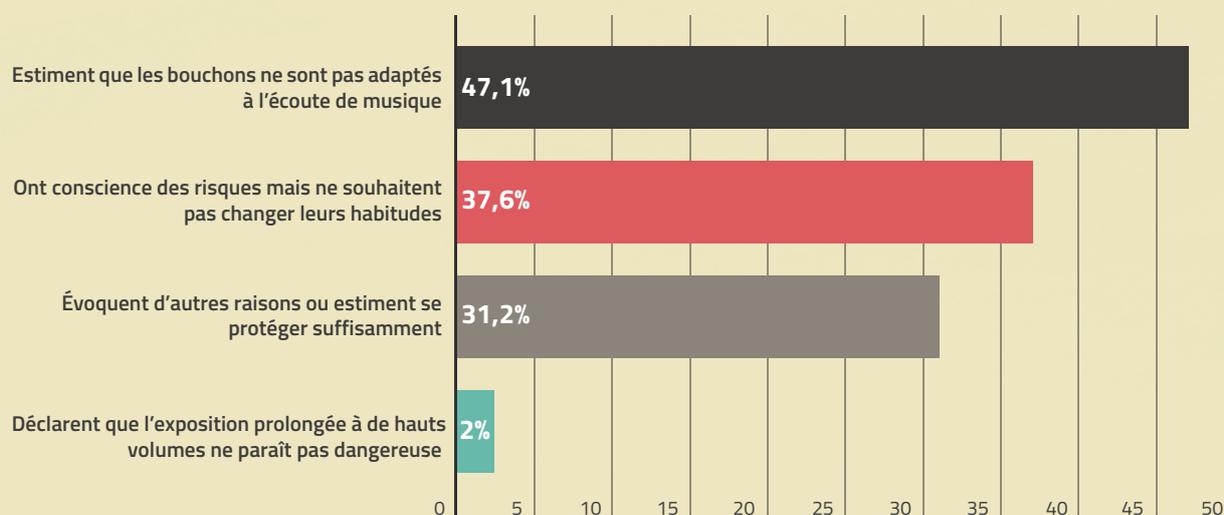
Intentions de changement



67,9% des spectateurs se disent prêts à porter ou porter plus souvent des bouchons d'oreille (pour rappel ils sont 54,3% à en porter). 63% sont prêts à s'éloigner des enceintes, quand à peine plus d'un spectateur sur deux (52,5%) se dit prêt à faire des pauses pour protéger son audition.

Ces intentions de changement corrént la perception des risques : le volume et la proximité des enceintes sont plus souvent perçus comme potentiellement dangereux que la durée d'exposition au son. Afin de mieux comprendre les réticences des spectateurs à changer de comportement, nous leur avons demandé de préciser pour quelles raisons.

Parmi les personnes peu enclines à changer de comportement en matière de protection (choix multiple)



¹⁸ D'autant que l'on constate également une perception erronée de la dangerosité potentielle de la durée d'écoute chez les plus jeunes (cf. Les jeunes et la musique en Hauts-de-France, 2018 <http://soco-etudes.com/jeunes-et-musiques-en-hauts-de-france/>, Rapport des jeunes à la musique à l'ère numérique, 2015 <http://soco-etudes.com/jeunes-musiques/>).

Conclusion

Cette étude permet à la fois de connaître le **profil socio-démographique** du public des salles de concerts de moyenne jauge (250 à 900 places), mais aussi de renseigner leurs expériences, perceptions et **pratiques en matière de risques auditifs**.

Tout d'abord un profil-type se dégage : femme ou homme (car la représentation des genres est équilibrée), de **36 ans** en moyenne, vivant en **ville**, exerçant une activité d'**employé** ou de **cadre**, ayant des **goûts musicaux éclectiques** et une grande affinité pour le **Rock** (même si les plus jeunes le délaissent en partie pour lui préférer l'Électro et le Hip-Hop), et ayant des **habitudes de sorties élevées**.

Ce profil-type s'affine de connaissances liées aux risques auditifs : près de **8 spectateurs sur 10 ont déjà eu un acouphène** suite à une exposition sonore, les femmes en ont autant que les hommes, **la tranche d'âge des 25-34 ans est la plus exposée** et la plus touchée par les troubles (acouphènes et impression de moins bien entendre). Mais les habitudes de protection sont en hausse : **plus d'un spectateur sur deux a commencé à se protéger au cours des quatre dernières années**. Cependant ce **sont les plus jeunes** (moins de 25 ans) **qui protègent le moins leur audition**.

Les bouchons d'oreille en mousse sont considérés comme plutôt efficaces en matière de prévention et, si le **niveau d'information** quant aux risques auditifs est bon en concert et festival, il est à **renforcer à l'école et sur le lieu de travail**. Par ailleurs si les spectateurs ont bien intégré la dangerosité potentielle de l'écoute à haut volume, **peu d'entre eux ont conscience du danger lié à une écoute prolongée**. Enfin, si une majorité du public a l'intention de changer son comportement suite aux messages préventifs, quelques réticences se font jour mais elles constituent de bonnes **pistes d'amélioration pour la communication de prévention en santé**.

Évaluation de la campagne de risques auditifs "Hein?" 2017

Cette étude porte sur les profils et pratiques des publics des salles de musiques actuelles en France (goûts musicaux, habitudes de sorties, etc.) et sonde leurs expériences et perception des risques auditifs. Elle est menée en vue d'évaluer l'impact de la campagne de prévention des risques auditifs intitulée "HEIN?" (diffusion d'affiches, de tracts et de bouchons d'oreille dans les lieux de concert).

Pour les acteurs de la filière musicale comme de la santé, les résultats de l'étude permettent de saisir les réalités sociologiques des pratiques actuelles, afin d'adapter et améliorer les actions de prévention. L'enquête a été menée par le cabinet d'études SoCo - Sociologie & Conseil - pour AGI-SON et repose sur les réponses de 959 spectateurs et spectatrices de concert en France.

www.agi-son.org

Liste des lieux ayant participé à l'évaluation de la Campagne :

AGI-SON remercie chaleureusement toutes les personnes qui ont participé à cette enquête et en particulier les équipes des structures pour leur implication !

Le 109 - Montluçon

L'Aéronef - Lille

L'Art'Cade - Sainte Croix Volvestre

L'Astrolabe - Orléans

L'Autre Canal - Nancy

La Belle Électrique - Grenoble

Le Berque Festival - Berque

Le Camji - Niort

La Carène - Brest

La Cartonnerie - Reims

Le Chabada - Angers

Le Diff'Art - Parthenay

L'Echonova - Vannes

L'Espace culturel Django Reinhardt - Strasbourg

La Gare de Coustellet - Maubec

Le Gueulard+ - Nilvange

La Luciole - Alençon

Le Moloco - Audincourt

La Nouvelle Vague - Saint Malo

Les Passagers du Zinc - Avignon

La Rock School Barbey - Bordeaux

Le Zénith - Limoges



Enquête, analyse et rédaction :
SoCo Études - Sociologie & Conseil
Claire Hannecart
claire.hannecart@soco-etudes.com
www.soco-etudes.com

Réalisation graphique :
Digitalfolio
Albéric Chemana
digitalfolio.chemana@gmail.com
www.digitalfolio.fr

Cette étude est publiée
grâce au soutien de la
SACEM
www.sacem.fr

Commanditaire :
AGI-SON - AGI pour une bonne gestion SONore
6 rue Duchefdelaville 75013 Paris
com@agi-son.org 01 44 23 82 13
www.agi-son.org